

بعض العوامل المعيقة للسياحة الداخلية في المجتمع السعودي من وجهة نظر الذكور والإناث

الدكتور/ عبدالله بن عبدالعزيز اليوسف (باحث رئيس)
قسم الاجتماع — كلية العلوم الاجتماعية
جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

المشاركون

د. عبدالمحسن بن عبدالله الحجي	د. محمد بن طاهر اليوسف
جامعة الملك سعود	جامعة الملك سعود

مقدمة:

شهدت العقود الثلاثة الأخيرة اهتماماً عالمياً غير معهود بالسياحة، حيث إنها لم تعد ترفاً مقصوراً على فئة محدود من القادرين على نفقتها بل عملية مطلوبة لعامة الناس وخاصتهم. هذا الاهتمام بالسياحة لم يكن وليد الصدفة بل هو نتيجة لعدة مستجدات لعل أحدها هو التوسع الحضري الذي يدفع الناس إلى الهرب من المدينة ومن روتين الحياة اليومية للبحث عن أماكن الراحة والاستجمام، وتعتبر السياحة الداخلية في أي دولة أحد الروافد الهامة للدخل السياحي، فهي تستوعب حوالي ٨٠% من إجمالي الإنفاق السياحي العالمي، ويختلف هذا المعدل من دولة لأخرى حيث تبلغ على سبيل المثال في الولايات المتحدة (٩٤%)، وفي بريطانيا (٧٠%)، وسويسرا (٤٦%)^(١). وتعد المملكة العربية السعودية من أكثر الدول حاجة لقيام وتنشيط حركة السياحة الداخلية لأبناء الوطن، نظراً لتدني نسبة إسهام قطاع السياحة في إجمالي الناتج المحلي للمملكة إذ بلغ عام (٢٠٠١م: ٤%) أي ما يعادل (٩,٦) مليارات دولار فقط وهو ما يضع هذا القطاع في المرتبة الثالثة من حيث الأهمية بعد صناعة النفط والغاز بالإضافة لمعدلات الإنفاق العالية على السياحة الخارجية التي يقوم بها المواطنون خارج المملكة حيث يعد متوسط إنفاق السائح السعودي على السياحة خارج المملكة من أعلى المتوسطات المعروفة عالمياً إذ يبلغ في الليلة

(١) العقيل صالح عبدالله، (١٤٢٣هـ) العوامل المؤثرة في اتجاه المواطن نحو السياحة الداخلية في المملكة العربية السعودية. دراسة استطلاعية على عينة من أرباب الأسر وطلاب الجامعة، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض.

الواحدة حوالي (٥٠٠) ريال مقابل مبلغ يتراوح بين (٢٥٠ إلى ٣٠٠ ريال) ينفقها في الليلة الواحد داخلياً^(١).

وتمثل هذه الدراسة إحدى المحاولات التي تهدف إلى معرفة بعض العوامل المعيقة للسياحة في المجتمع السعودي من وجهة نظر الذكور والإناث. وتصبح الحاجة إلى مثل هذه المعرفة واضحة إذا أخذنا في الاعتبار أن تذليل الصعوبات والمعوقات التي تواجه السياحة الداخلية سوف يؤدي إلى ازدهارها والحد من السياحة الخارجية بكل ما تحمله من سلبيات اجتماعية واقتصادية على المجتمع.

أ - مشكلة الدراسة:

تحدد مشكلة الدراسة الحالية في معرفة آراء عينة من أفراد المجتمع السعودي من الجنسين الذكور والإناث نحو العوامل المعيقة للسياحة الداخلية، حيث تقود تلك المعرفة إلى تحديد الأسباب المعيقة للسياحة الداخلية، وبالتالي محاولة الحد من تلك المعوقات لتنمية سياحية داخلية واعدة.

ب - أهمية الدراسة:

١ - الأهمية العلمية:

تبرز الأهمية العلمية لهذه الدراسة في ظل عدم وجود دراسات سابقة عن معوقات السياحة الداخلية في المجتمع السعودي، كما أن الدراسات السابقة التي عالجت موضوع السياحة في المجتمع السعودي كانت محدودة، وتعاني من محدودية المناطق التي سحبت منها العينة حيث اقتصر على منطقة واحدة، أما الدراسة الحالية فقد شملت عدة مناطق، كما اشتملت على مناطق ذات جاذبية سياحية، وأخرى ليست ذات تجربة سياحية مما يعطيه بعداً علمياً مميزاً.

(١) المرجع السابق

٢- الأهمية العملية:

وتبرز أهمية هذه الدراسة من خلال ارتباطها بأهمية قطاع السياحة في المملكة العربية السعودية، ومالها من مردود اقتصادي على المجتمع من خلال معرفة أبرز العوامل المعيقة للسياحة الداخلية من وجهة نظر الذكور والإناث، ووضعها أمام جهات الاختصاص المسؤولة عن التخطيط للسياحة الداخلية في المملكة العربية السعودية، وذلك بهدف وضع سياسات كفيلة باتخاذ إجراءات لرفع مستوى السياحة الداخلية، بالإضافة إلى أن هذه الدراسة ستؤدي إلى إضافة علمية تعزز من معرفتنا بطبيعة العوامل المعيقة للسياحة الداخلية في المجتمع السعودي من وجهة نظر الذكور والإناث.

ج- أهداف الدراسة و تساؤلاتها:

من خلال ما تم استعراضه في مشكلة الدراسة وأهميتها يتضح أن الدراسة الحالية تهدف إلى معرفة العوامل المعيقة للسياحة الداخلية من وجهة نظر الذكور والإناث في المجتمع السعودي.

وتقوم هذه الدراسة على الإجابة عن سؤال بحثي رئيس هو:

ما العوامل المعيقة للسياحة الداخلية في المجتمع السعودي من وجهة نظر الذكور والإناث؟ وما العوامل المؤثرة فيها؟

ويتفرع من هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية على النحو الآتي:

١- هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين عينة الذكور والإناث في رؤيتهم

لمعوقات السياحة الداخلية ؟

٢- تختلف اتجاهات الباحثين من الجنسين نحو معوقات السياحة الداخلية

باختلاف فئاتهم العمرية ؟

٣- تختلف اتجاهات المبحوثين من الجنسين نحو معوقات السياحة الداخلية باختلاف حالتهم الاجتماعية (أو العائلية)؟

٤- تختلف اتجاهات المبحوثين من الجنسين نحو معوقات السياحة الداخلية باختلاف مستوياتهم التعليمية؟

٥- تختلف اتجاهات المبحوثين من الجنسين نحو معوقات السياحة الداخلية باختلاف مهنتهم؟

٦- تختلف اتجاهات المبحوثين من الجنسين نحو معوقات السياحة الداخلية باختلاف مستوياتهم الاقتصادية؟

الإطار النظري والدراسات السابقة :

١- مفاهيم الدراسة:

أ- تعريف السياحة:

لعل أول المصاعب التي تواجه دراسة السياحة هي تنوع التعريفات الخاصة بها وكذلك التداخل بين السياحة والترويج ووقت الفراغ وحسبما ذكر Robinson^(١) فإن أحد التعريفات المبكرة هو ذلك التعريف الذي يشير إلى أن السياحة في مفهومها العام وتعني انتقال الأفراد خارج الحدود السياسية للدولة التي يعيشون فيها مدة تزيد عن أربعة وعشرين ساعة، وتقل عن عام واحد، على ألا يكون الهدف من وراء ذلك الإقامة الدائمة أو العمل، أو الدراسة أو مجرد عبور الدولة الأخرى (ترانزيت). ورغم شيوع هذا التعريف إلا إنه لا يتسم مع ظاهرة السياحة الداخلية التي تحدث في ضمن حدود الدولة التي

(١) Robinson, H., (١٩٧٦), A Geography of Tourism, Macdonald and Evans, London.

يقيم فيها السائح. وبما أن هذه الدراسة تتحدث عن المعوقات التي تعيق السياحة الداخلية، فسوف يتبنى الباحث التعريف الذي قدمه (ماتيسون و وول) للسياحة الداخلية والذي حدد فيه سياح الداخل بأنهم الأفراد الذين ينتقلون داخل حدود بلادهم، ويمكثون بعيداً عن المنزل لفترة تزيد عن (٢٤ ساعة) ^(١). والدراسة الحالية سوف تأخذ بهذا التعريف كتعريف إجرائي لمفهوم السياحة الداخلية.

ب- معوقات السياحة:

أما المعوقات فتشير إلى جميع العوامل الاجتماعية والثقافية والنفسية والشخصية، والمكانية من إمكانيات وخدمات وخلافه التي قد تدفع أفراد المجتمع من الذكور والإناث لاتخاذ قرار قضاء الإجازة خارج أرض الوطن.

ج- مفهوم الاتجاه:

يعرف الاتجاه بأنه (الميل إلى الفعل بأسلوب يتسق مع موضوعات ومواقف بعينها مترابطة ومحددة). ويشير الاستخدام الاجتماعي لمصطلح الاتجاه إلى مدى الاستجابة عن طريق العلاقات والواجبات والآراء الاجتماعية لموضوع معين بتشكيل اتجاه نحوه ^(٢). ويتضمن بناء الاتجاه ثلاث مكونات أولها (المكون المعرفي) ويتمثل في إدراك الشخص لموضوع الاتجاه ومعتقداته وأفكاره عن هذا الموضوع وما يتقبله عنه من حجج. أما الثاني فهو المكون الوجداني ويعني مشاعر الشخص ورغباته نحو موضوع الاتجاه بما تحدد درجة حبه أو كرهه لهذا الموضوع. أما الثالث فهو المكون السلوكي، ويتمثل في الاستجابة والاستعداد

Mathieson, A., and Wall, G., (١٩٨٧), **Tourism - Economic Physical and Social Impacts**, Longman, New York.

(٢) حامد، زهران، (١٩٩٧م)، علم النفس الاجتماعي، عالم الكتب، القاهرة، ص ٣٢.

للاستجابة حيال موضوع الاتجاه بطريقة ما. ومن خصائص هذه المكونات الثلاثة لبناء الاتجاه أنها متداخلة مع بعضها البعض كما تختلف من حيث التكافؤ ودرجة التغير^(١).

وإجرائياً يقصد الباحثون بالاتجاهات في هذه الدراسة حاصل تفاعل أحكام المبحوثين ومشاعرهم الانفعالية، ونزعاتهم السلوكية نحو السياحة الداخلية التي يجري التعبير عنها في إجاباتهم المكتوبة على بنود الاستبانة المستخدمة في هذه الدراسة.

٢- النظريات المفسرة للموضوع:

تنطلق غالبية الرؤى والتوجهات النظرية التي حاولت تفسير أسباب رغبة الأفراد في الانتقال من أماكن حياتهم اليومية إلى أماكن جديدة بهدف قضاء بعض الوقت للراحة والاستجمام من رؤية السياحة والترويح كمفهومين متداخلين في أكثر الأطر النظرية، بأنها وسيلة اجتماعية للتخلص من الاضطرابات العصبية التي تنتج من الاستمرار في أداء العمل لساعات طويلة، وذلك لأن السياحة والترويح تعطي الفرد الحرية للانطلاق والتلقائية. مما يساعد على تجديد نشاط الجسم، واستعادة الطاقة المستنفدة في العمل، والتخلص من التوتر العصبي والإجهاد العقلي والنفسي.

كما ترى بعض الأطر النظرية أن السياحة فرصة لإشباع حاجيات شخصية وميول ذاتية لا تستطيع إشباعها نظراً لروتين العمل اليومي كما تنطلق أبعاد نظرية أخرى من رؤية السياحة كمجال خصب للاسترخاء والتخلص من

(١) - سويف، مصطفى، (١٩٧٨م)، مقدمة لعلم النفس الاجتماعي، مكتبة الأنجلو المصرية، ط٥، القاهرة. ص ص ٥٠-٦٠.

المتاعب والتوترات الناتجة عن مسيرة الحياة اليومية، وقد تكون السياحة في نظر البعض شكل من أشكال الهروب والبقاء لفترة معلومة في مكان بعيد عن ضغوط الحياة اليومية ورتابتها فالسائح يهدف إلى تغيير الأماكن التي اعتاد رؤيتها إلى أماكن أخرى لم يعتد على رؤيتها وبذلك فإن السياحة هي البحث عن أشياء جديدة لا يجدها السائح في موطنه الأصلي ^{(١) (٢) (٣)}.

٣ - الدراسات السابقة:

هناك العديد من الدراسات التي تناولت السياحة كظاهرة لها أبعادها وآثارها الاقتصادية والاجتماعية والبيئية والمكانية، ووفقاً لأهداف الدراسة وتساؤلاتها سوف يتم الاختصار في هذه المراجعة على الدراسات التي تناولت السياحة الداخلية في المملكة العربية السعودية، والتي ركزت بصفة خاصة على الحركة المكانية (أو الانسياب السياحي) والعوامل التي تؤثر فيها . وتعني السياحة الداخلية (حركة السياح داخل حدود البلد الواحد) ويشترط فيها ألا تقل الفترة التي يقضيها السائح في مكان ما عن (٢٤) ساعة . ولم يجد الباحثون أي دراسات تناقش معوقات السياحة الداخلية .

ومن الدراسات التي تناولت الحركة السياحية داخل المملكة العربية السعودية دراسة الثقفي ^(٤) عن السلوك والأنماط السياحية لثلاث عينات أخذت من المدن

(١) Burkart, A. and Medlik, S., (١٩٨٧), Tourism Past, Present and Future, Heinemann, London

(٢) Cohen, E., (١٩٧٩), **Rethinking the Sociology of Tourism**, Annals of Tourism Research, Vol. ٦ (١), pp. ٣٥-١٨.

(٣) Fish, M., (١٩٨٢), **Taxing International Tourism in West Africa**, Annals of Tourism Research, Vol. ٩ (١), pp. ٩١-١٠٣.

(٤) الثقفي، سلطان أحمد (١٤١٩هـ) السياحة في المملكة العربية السعودية، السلوك الأنماط، أركان الخليج، المملكة العربية السعودية، الرياض.

الثلاثة الرئيسية في منطقة مكة المكرمة، وهي مكة المكرمة وجدة والطائف. وكان من أهم نتائج هذه الدراسة ما يتعلق بمناطق المملكة التي زارها أفراد العينة خلال إجازاتهم خلال السنوات الخمس السابقة للدراسة، حيث وجد الثقافي أن منطقة المدينة (٦٨,٧٪)، ومنطقة مكة (مدينة جدة ٥٧,٣٪، ومدينة مكة المكرمة ٥٩,٢٪، ومدينة الطائف (٤٥,٢٪). ومنطقة الرياض (٤٨,٣٪)، ومنطقة عسير (٤٥,٢٪)، ومنطقة الباحة (٣٠,٨٪) والمنطقة الشرقية (٢٥,٣٪) هي الأكثر جاذبية بالنسبة لأفراد العينة.

وتبين من نتائج الدراسة أن المدن الكبرى أو الرئيسية في المناطق المذكورة تستقطب غالبية أفراد العينة، فعلى سبيل المثال: هناك ما يقرب من (٧٢٪) من أفراد عينة مكة زاروا المدينة المنورة خلال السنوات الخمس السابقة، وليس بعيداً من هذه النسبة من الباحثين أتوا إلى المدينة المنورة من جدة (٦٥,٢٪) والطائف (٦٩,٠٪). وتركزت أيضاً معظم زيارات الباحثين في المدن الكبرى للمناطق كالرياض، وأبها، والباحة، ومدن المنطقة الشرقية الرئيسية. ولقد وجد الثقافي فروقاً إحصائية بين العينات الثلاث من حيث الأماكن (المناطق والمدن) التي زاروها. وجد الثقافي أيضاً أن هناك نسباً مئوية كبيرة من أفراد العينات الثلاثة يقضون إجازاتهم في المدن التي أخذت العينات منها (مكة، جدة، والطائف). وهذا يعني ارتفاع السياحة البيئية بين مدن منطقة مكة المكرمة.

وبالنسبة لآخر أماكن إجازة قضاها أفراد العينة (خلال السنة التي سبقت البحث)، يتضح أن جدة تأتي على رأس القائمة من حيث عدد الزوار (٢٠,٧٪)، يليها عدد من المناطق والمدن بنسب متفاوتة تتراوح ما بين (١٤,٩٪ لمدينة الطائف) و(٢,٤٪ للمنطقة الشرقية).

ويتضح من بيانات هذه الدراسة أهمية المسافة المكانية المتمثلة في تبادل الزيارة بين أماكن أخذ العينة الثلاثة، وفي حجم المدن في اجتذاب أفراد العينة يتضح من عدد زوار جدة والرياض. ومن نتائج هذه الدراسة أيضاً يتضح أهمية مدن جدة والطائف وعسير والباحة كمقاصد لقضاء الإجازات لما تتمتع به من مناظر طبيعية، واعتدال في المناخ في المدن الثلاثة، ولعوامل الجذب الحضرية في جدة، أهمية خاصة للأسباب الدينية المتوقعة لزيارة مكة والمدينة .

ومن الدراسات التي بحثت في التدفق السياحي سلسلة الدراسات السياحية التي قام بها القحطاني وعبد المنعم ^(١)، ^(٢)، ^(٣) وزملاؤه في منطقة عسير في الأعوام (١٤١٧هـ، ١٤١٨هـ، ١٤١٩هـ). وفي هذه الدراسات تناول الباحثون نمط توزيع سياح الداخل وفق مناطق القدوم على منطقة عسير، فوجدوا أن هناك اختلافاً في متوسط عدد القادمين إلى منطقة عسير من المناطق الأخرى خلال السنوات (١٤١١هـ — ١٤١٩هـ)، فحوالي (٣٢٪) من سياح عسير قدموا من المنطقة الوسطي، يلي هذه المنطقة على التوالي : الغربية (٢٤,٧ ٪) والشرقية (١٠ ٪)، والشمالية (٣,٩ ٪) والجنوبية — عدا عسير — (٧,٣ ٪) . كما أشارت دراسات القحطاني وعبد المنعم إلى أن هناك تكرارية ملحوظة لنفس أفراد العينة لمنطقة عسير فما يزيد على (٧٤ ٪) من سياح

(١) القحطاني، محمد مفرح وإبراهيم عبد المنعم (١٤١٨هـ): عدد السياح والمصطافين في منطقة عسير خلال صيف ١٤١٧هـ الغرفة التجارية بأبها.

(٢) القحطاني، محمد مفرح وإبراهيم عبد المنعم (١٤١٩هـ): عدد السياح والمصطافين في منطقة عسير خلال صيف ١٤١٨هـ الغرفة التجارية بأبها.

(٣) القحطاني، محمد مفرح وإبراهيم عبد المنعم (١٤٢٠هـ): عدد السياح والمصطافين في منطقة عسير خلال صيف ١٤١٩هـ الغرفة التجارية بأبها.

منطقة عسير، زاروا هذه المنطقة لأكثر من مرة واحدة. وهذه النتائج لا تختلف كثيراً عما وجدته الفارس^(١) والدراسة التي قامت بها الهيئة العليا للسياحة (برنامج السياحة والمجتمع، ١٤٢٢هـ) لمنطقة عسير.^(٢)

ومن الدراسات الأخرى التي ناقشت الجذب السياحي في مدينة جدة دراسة الصالح^(٣) والتي هدفت إلى تحديد معوقات الجذب السياحي الموجود في جدة ولقد توصلت الباحثة إلى مجموعة من العوامل التي تجذب السياح إلى منطقة جدة، ولعل أهم هذه العوامل هو البحر الأحمر، كما أظهرت الدراسة أهمية الخدمات والأنشطة وأماكن الترفيه كعامل جذب سياحي، وأكدت على توطيد العلاقة بين السياحة والنقل.

ولعل من أقرب الدراسات لهذه الدراسة هي دراسة النبوي^(٤) عن السياحة في مدينة جدة حيث أجرت دراستها على عينه عشوائية بلغت (٣٥٠) فرداً على السياح السعوديين الموجودين في مدينة جدة خلال فترة نصف العام الدراسي لمعرفة أكثر المتغيرات أهمية في جذب السياح للسياحة الداخلية، وقد توصلت الباحثة إلى أن دخل الأسرة والتكاليف المتوقعة للسفر هي أهم المتغيرات التي تجذب الأفراد للسياحة الداخلية.

(١) الفارس، محمد عبدالعزيز (١٩٨٨م) مصايف المملكة العربية السعودية، دراسة في الجغرافية السياحية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض.

(٢) الهيئة العليا للسياحة، برنامج السياحة والمجتمع، المملكة العربية السعودية، الرياض

(٣) الصالح، سميرة سعد محمد (١٤١٤هـ) معقوقات الجذب السياحي في مدينة جدة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك عبدالعزيز، جدة.

(٤) النبوي، نسرین إسماعیل، (١٤١٢هـ)، تقدير دالة الطلب على السياحة الداخلية في مدينة جدة، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الاقتصاد، جامعة الملك سعود، الرياض.

وهناك دراسة أخرى أجراها الغامدي^(١) حول اتجاهات السائحين نحو خدمات السياحة الداخلية في المملكة العربية السعودية لمعرفة دوافعهم نحو السياحة الداخلية وقد توصل الباحث إلى أن الأسرة السعودية ترغب في السياحة الداخلية بهدف الترفيه، ويأتي دافع زيارة الأقارب في المرتبة الثانية، بينما يأتي الدافع الثقافي والذي يتمثل في اكتساب معارف جديدة عن المناطق السياحية في المملكة في المرتبة الثالثة، ويأتي في المرتبة الرابعة دافع التسوق.

أجرى التركستاني^(٢) دراسة حول العوامل المؤثرة في سلوك السائح المحلي نحو السياحة الداخلية وذلك بهدف اتخاذ القرار السياحي الداخلي على عينة قوامها (٢٢٢) فرداً تم اختيارهم عشوائياً من عدة مناطق سياحية بالمملكة، وتوصل الباحث إلى أن أهم العوامل التي تؤثر في اتجاهات السائح نحو السياحة الداخلية مرتبة حسب الأهمية هي العوامل الطبيعية الجغرافية ثم العوامل الاقتصادية، فالترفيهية والتي وجد الباحث أنها تتأثر باختلاف الأعمار والحالة الاجتماعية للسائح المحليين. وفي المقابل فإن الباحث لم يجد أي علاقة بين السياحة الداخلية ومستوى دخل الأسرة.

وفي دراسة العقيل^(٣) حول العوامل المؤثرة في اتجاه المواطن نحو السياحة الداخلية في المملكة العربية السعودية وجد أن اتجاه المواطن نحو السياحة الداخلية يختلف باختلاف تقديره لأهمية ملاءمتها لعاداته وتقاليده الاجتماعية، وحجم الأسرة ومستوى الأسعار بالإضافة إلى المستوى التعليمي للمبحوثين.

(١) الغامدي، عبدالرحيم، (١٩٩٦م)، دوافع واتجاهات السائحين نحو خدمات السياحة الداخلية في

المملكة العربية السعودية، دار الشروق، الرياض

(٢) التركستاني، حبيب، (١٤٠٦هـ)، اتجاهات سلوك السائح السعودي نحو السياحة الداخلية، مجلة

دراسات الخليج والجزيرة العربية، عدد ٩١، ص ٢٥٧-٢٨٧.

(٣) العقيل، (١٤٢٣هـ) مرجع سابق

د - مناقشة الدراسات السابقة:

ما تم استعراضه من دراسات سابقة يمثل بعض الدراسات التي ناقشت أبعاد السياحة الداخلية، والملاحظ على غالبية الدراسات السابقة أنها ركزت على الحركة المكانية (الانسياب السياحي) هذا بالإضافة إلى صغر حجم العينة المدروسة وعدم تفريقها بين الذكور والإناث، كما أن غالبية هذه الدراسات هي أطروحات علمية تميزت بمحدودية الإمكانيات والمساحة الجغرافية المشتملة عليها الدراسة. ويشير ما سبق ذكره إلى الحاجة الماسة للمزيد من الدراسات المتعمقة في هذا الموضوع. ولاسيما دراسات تبحث في معوقات السياحة الداخلية، والتي أغفلتها الدراسات السابقة حسب ما تم الاطلاع عليه.

الإجراءات المنهجية :

أ - التعاريف الإجرائية لمتغيرات الدراسة:

احتوت أهداف الدراسة وتساؤلاتها على عدد من المتغيرات والمصطلحات التي هي بحاجة إلى تعاريف إجرائية (تحديد مستويات قياسها)؛ تسهلاً لجمعها ومعالجتها إحصائياً. ولقد حاولنا في هذه الدراسة اتباع التعاريف الإجرائية التي استخدمت في الدراسات السابقة لكي تسهل المقارنة بين النتائج. ويتضح بصفة خاصة في صفات (أو خصائص) أفراد العينة (كالعمر، والحالة العائلية، والمستويات التعليمية والاقتصادية والمهنية)

والمقصود بأفراد العينة أو (وحدات العينة Units of Sampling) في هذه الدراسة الذين تم جمع البيانات منهم (الذين أجابوا عن أسئلة الدراسة). ويقصد بالزائر (أو السائح) الفرد الذي سافر من مكان إقامته (قام بعمل زيارة) لمكان آخر داخل المملكة العربية السعودية بقصد السياحة أو قضاء الإجازة وبقي في ذلك المكان ليلة واحدة على الأقل.

ب - مجتمع وعينة الدراسة :

يمثل مجتمع الدراسة المواطنين السعوديين المقيمين في مناطق مختلفة من المملكة. ولقد تم اختيار عينتين تمثل إحداهما مجتمع الرجال وتمثل الأخرى مجتمع الإناث، كما تم اختيار العينتين من سبعة عشر مكاناً (مدينة وقرية) وفقاً لمعيارين هما درجة تحضر هذه الأماكن (ما إذا كان المكان مدناً أو قرى)، ومدى التجربة السياحية لها (مدن متطورة نسبياً تتوفر فيها جذب سياحي، و مدن غير معروفة بجاذبيتها السياحية ، وقرى معروفة بجاذبيتها السياحية، وقرى غير معروفة بجاذبيتها السياحية). والافتراض الأساسي لهذا التصنيف هو أن لدرجة التحضر ومدى جاذبية المكان علاقة بالسلوك السياحي للسكان وإن المعوقات السياحية قد تختلف باختلاف درجة التحضر والتجربة السياحية للأماكن.

وتتكون عينة الرجال (الذكور) من (١٠٠٠) رجل ممن تزيد أعمارهم عن (١٧) سنة. وتتكون عينة النساء (الإناث) من (٥٠٠) امرأة ممن تزيد أعمارهن عن (١٧) سنة، ولقد استخدم الباحثون العينة العشوائية المساحية المتعددة المراحل (Multisage Areal Sampling) حيث تم تقسيم كل مدينة أو قرية إلى مناطق (أحياء)، وتم اختيار عدد من الأحياء عشوائياً، ثم تم اختيار عدد من المساكن من كل حي بالطريقة المنتظمة العشوائية. وتم مقابلة رب العائلة أو أكبر فرد في حال غياب رب العائلة، وبطبيعة الحال قام فريق من الرجال بمقابلة أفراد العينة من الرجال، كما تم مقابلة أفراد العينة من الإناث بواسطة فريق مدرب من النساء. وجمع العينة تم بواسطة مجموعة من الباحثين المدربين على هذا العمل.

أداة جمع البيانات:

ولجمع البيانات تم بناء استبيان واحد لكل عينة. تتكون كل استبانة من ثلاثة أجزاء. يحتوي الجزء الأول على أسئلة تبحث في التجربة السياحية لأفراد العينة (الأماكن التي زاروها بقصد السياحة، والأماكن التي يفضلون زيارتها داخل المملكة، والمعوقات التي يرون أنها تعيق القيام برحلات سياحية داخل المملكة). ويضم الجزء الثاني عبارات متعددة تقيس اتجاهات وآراء أفراد العينة نحو مفاهيم السياحة واتجاهاتها الداخلية والخارجية، والعمل في المهن السياحية. وقد طلب من المبحوثين تحديد اتجاهاتهم نحو مجموعة من العبارات باستخدام مقياس (ليكرت) الخماسي الأبعاد حيث تمثل موافق جداً أقصى درجات القبول، ومعارض جداً أقصى درجات الرفض للعبارة، وقد تم التعامل مع العبارات السالبة بإعادة ترميزها لتصبح موجبة بعد جمع المعلومات. ويشمل الجزء الثالث عدداً من الأسئلة حول خصائص وصفات أفراد العينة وأسره كمكان الميلاد والعمر والحالة العائلية والمستويات التعليمية والاقتصادية.

ونظراً لأن هذه الدراسة تبحث في آراء واتجاهات أفراد العينة حول العوائق التي يرونها تعيق السياحة الداخلية ؛ فإن التحليلات الإحصائية سوف تنحصر في أفراد العينة الذين قاموا برحلات سياحية داخلية خلال الفترة المذكورة. ويشمل التحليل أفراد العينة الذين قاموا بزيارة داخلية فقط، أو داخلية وخارجية، والبالغ عددهم (١٣٥١) سائحاً، أو ما يعادل (٩٠٪) من مجموع أفراد العينة. ويمثل الجدول رقم (١) التوزيع الفعلي لأفراد العينة.

جدول رقم (١)

يوضح توزيع أفراد عينة الذكور والإناث حسب المدن والقرى التي تم جمع العينات منها
ووفقاً لدرجة التحضر ومدى الجاذبية السياحية

التصنيف	المنطقة الإدارية	ذكور	إناث
مدن ذات جذب سياحي:			
جدة	مكة	٨٠	٤٠
الطائف	مكة	٧٥	٣٥
الرياض	الرياض	٨٠	٤٠
الدمام	الشرقية	٨١	٤٠
المدينة المنورة	المدينة	٨٠	٤٠
أبها	عسير	٧٦	٣٥
مدن غير معروفة بجذبها السياحي:			
القرىات	الجوف	٨٣	٤٠
بريدة	القصيم	٨٠	٤٠
جيزان	جازان	٨٠	٤٠
حائل	حائل	٨٠	٤٠
قرى ذات جذب سياحي:			
القارة	الأحساء	٣٤	١٦
رجال ألمع	عسير	٣٤	١٧
رغدان	الباحة	٣٥	١٨
قرى غير معروفة بجذبها السياحي:			
جلالجل	الرياض	٢٥	١٢
الحوطة	الجوف	٢٥	١٢
قرة (قرية قرب مدينة نجران)	نجران	٢٥	١٢

نتائج الدراسة الميدانية :

وصف وتحليل البيانات:

يحتوي هذا الجزء من الدراسة على وصف وتحليل واستخراج بيانات الدراسة، ويتكون من جزأين رئيسيين هما:

الجزء الأول: وصف إحصائي أولي لمتغيرات الدراسة بما في ذلك المقارنة بين عيني الذكور والإناث بالنسبة لهذه الخصائص.

الجزء الثاني: يتعلق بالإجابة عن تساؤلات الدراسة، أي بتحليل اتجاهات الذكور والإناث حول ما يشكل عوائق للسياحة الداخلية. ويبدأ الجزء الثاني بمقارنة ثنائية بين الذكور والإناث من حيث مدى موافقتهم من عدمها على اثنتين وعشرين عبارة مختارة تصف أنواع من العوائق المحتملة للسياحة الداخلية، يلي ذلك وصف لبناء مؤشرات تجميعية لهذه العبارات، أخيراً ثم يأتي عرض وصفي وتحليلي لهذه المؤشرات والعوامل المؤثرة فيها.

أولاً: الوصف الإحصائي الأولي لخصائص أفراد عيني الذكور والإناث:

١- الأعمار:

تمثل الفئة العمرية (٢٦ - ٣٥) سنة النسبة المئوية الأعلى بين عيني الذكور والإناث، بما نسبته (٣٧,٥٪) للذكور، و(٣٧٪) للإناث.

٢- الحالة العائلية:

يمثل المتزوجون النسبة المئوية الأعلى، حيث بلغت نسبة المتزوجين من الذكور (٦٧,٤٪)، فيما بلغت نسبة المتزوجات من الإناث (٧١,٢٪)، مقارنة بـ (٣٢,٦٪) من الذكور العزاب، و(٢٨,٨٪) من الإناث غير المتزوجات.

٣- المستوى التعليمي:

تشير بيانات الدراسة إلى أن غالبية عينة الذكور هم من الأفراد الذين يحملون الشهادة الثانوية، أو ما يعادلها بما نسبته (٣٩,٢٪)، بينما يغلب على عينة الإناث أنهن يحملن شهادات أقل من الشهادة الثانوية بما نسبته (٤٦,٧٪).

٤- المهنة:

تشير بيانات الدراسة إلى أن غالبية عينة الذكور يعملون في وظائف حكومية بما نسبته (٤٤,٢٪)، بينما تتمتعن الغالبية العظمى من عينة الإناث الأعمال المتزلية بما نسبته (٧٣,٥٪).

٥- مستوى الدخل الشهري للعائلة:

تشير بيانات الدراسة إلى أن غالبية أفراد العينة من الذكور تقع دخولهم بين (٦٠٠٠ إلى ٩٠٠٠) ريال بما نسبته (٣١٪)، كما تقع عينة أفراد الإناث في نفس مستويات الدخل بالنسبة للذكور مع زيادة في النسبة لصالح فئة عينة الإناث بما نسبته (٣٥,٧٪).

٦- تجربة السفر السياحي:

تشير البيانات إلى أن غالبية أفراد العينة من الذكور قد مروا بتجربة السفر الداخلي والخارجي بما نسبته (٥٥,٧٪)، فيما تشير بيانات الدراسة إلى أن الغالبية العظمى من عينة النساء قد مررن بتجربة السفر الداخلي فقط، بما نسبته (٧٠,٢٪).

ثانياً: اتجاهات أفراد العينة حول معوقات السياحة الداخلية:

أ- وصف أولي ومقارنة بين عيني الذكور والإناث:

يحتوي الجدول رقم (٢) على (٢٢) عبارة أو جملة تصف عدداً من العوائق المحتملة التي قد تعيق السياحة الداخلية، أو التي قد تجعل الفرد السعودي يعزف عن السياحة الداخلية. ولكل عبارة هناك توزيع تكراري ونسب مئوية تمثل مدى موافقة (أو عدم موافقة) الذكور والإناث من أفراد العينة على محتوى كل عبارة. ولقياس مدى التشابه أو الاختلاف (الفرق) بين الجنسين في كل عبارة على حدة تم استخدام مربع (كاي) ورصدت النتيجة في العمود الأخير من الجدول. ويلاحظ أنه فيما عدا العبارات الثلاثة ذات الأرقام (٣، ٥، ٨) وهي على التوالي عبارة "على الرغم مما يقال عن السياحة الداخلية فإنه لا يزال هناك عقبات اجتماعية تحول دون نجاحها"، وعبارة "السياحة تتطلب مزيداً من المرونة في إقامة الأنشطة السياحية"، وعبارة "لا بد من وجود توعية سياحية مستمرة في مناطق السياحة الداخلية من أجل أن تنجح السياحة"، وفيما عدا ذلك فإن نتائج مربع (كاي) كلها تدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من حيث تقييمهم للعبارات المختلفة. ويمكن تفصيل هذه الاختلافات فيما يلي:

تشير العبارة الأولى من الجدول رقم (٢) إلى أن غالبية أفراد العينة من الذكور والإناث تقع إجاباتهم في غالبيتها ما بين الموافقة نوعاً ما إلى الموافقة الكلية، على "أن المستثمر في السياحة لا يهتم إلا الربح المبالغ فيه"، حيث بلغت نسبة الموافقين نوعاً ما (٤٢،٣٪) و الموافقين كلياً (٤٣٪) من عينة الذكور، كما بلغت نسبة الموافقات نوعاً ما (٣٥،٤٪)، ونسبة الموافقات كلياً (٢٢٪) بالنسبة للإناث، وهن أعلى نسبة في الجدول، وهذا التباين في استجابة أفراد العينة ذو دلالة إحصائية.

جدول (٢)

المقارنة بين أفراد عيني الذكور والإناث من حيث آرائهم نحو مواقف السياحة الداخلية

م	ملاحظات	جنس	لا أوافق بشدة		لا أوافق		غير متأكد		أوافق		أوافق بشدة		إجمالي
			تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	
١	لا أرى المستثمر في السياحة إلا الربح المبالغ فيه	تكرار	١٧	١,٨	٩٢	١٠٠,٠	٨٩	٩,٧	٣٢٦	٤٢,٣	٣١٩	٤٣,٠	٦٤٥
٢	بالنظر إلى الأنشطة المتكررة وغلظها، أعتقد أن الجهات المختصة لا تتابع القائمين على الأنشطة السياحية.	تكرار	٢٢	٥,١	٨٤	١٩,٦	٤٧	١١,٠	١٨١	٢٥,٤	٩٤	٢٢,٠	٣٠٨
		تكرار	٢٥	٢,٧	٩٤	١٠,٣	٢٠,٢	٢٢,٠	٣٠,٨	٣٣,٦	٢٨٨	٣١,٤	٤٢٠
٣	ينبغي أن تقدم الخدمات السياحية بأسعار تناسب كل المستويات الاقتصادية في بلاتنا.	إناث	١٧	٤,٠	٨٠	١٨,٧	٩٥	٢٢,٢	١٢٨	٣٠,٠	١٠,٧	٢٥,١	٢٤٠
		ذكور	٢	٢,٠	١٠	١,١	٢٨	٣,١	٢٨٧	٣١,٣	٥٩١	٦٤,٤	٩٠٠
٤	على الرغم مما يقال عن السياحة الداخلية فإنه لا يزال هناك عقبات اجتماعية تحول دون نجاحها.	إناث	١	٢,٠	٦	١,٤	٦	١,٤	١٠٩	٢٥,٤	٣٠,٧	٧١,٦	١٠٣
		ذكور	٢٤	٢,٦	١٤١	١٥,٣	١٣٥	١٤,٧	٣٨٤	٤١,٨	٢٣٥	٢٥,٦	٤٠٠
٥	السياحة تتطلب مزيداً من المرونة في إقامة الأنشطة السياحية.	إناث	٢٢	٥,٢	١٠٩	٢٥,٥	٦٤	١٥,٠	١٧٧	٤١,٥	٥٥	١٢,٩	٢٤٠
		ذكور	١٢	١,٣	٤٤	٤,٨	٧٩	٨,٦	٤١٠	٤٤,٦	٣٧٤	٤٠,٧	٤٠٠
٦	كثير من الأفراد في المناطق السعيدة لا يجيدون التعامل مع السائحون.	إناث	١	٢,٠	١٨	٤,٢	٢٩	٦,٧	٢٢٣	٥١,٩	١٥٩	٣٧,٠	٢٤٠
		ذكور	٥٣	٥,٨	١٧٩	١٩,٥	١٤٣	١٥,٦	٣٤٠	٣٧,١	٢٠,٢	٢٢,٠	٤٠٠
		إجمالي	٤٤	١٠,٣	١٤٥	٣٣,٨	٤٨	١١,٣	١٤٢	٣٣,١	٥٠	١١,٧	٤٠٠

رقم	الملاحظات	الجنس	لا لائق بالخدمة		لا لائق		غير متأكد		لا لائق نوعاً ما		لا لائق كلياً		قيمة مرتفع
			تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	
٧	تدخل البعض ويتغلبهم بعضني لا ارتاح للسياحة الداخلية.	نكور	٧٢	٧,٩	٢٣٧	٢٥,٨	١٤٤	١٥,٧	٢٦٢	٢٨,٦	٢٠٢	٢٢,٠	* ٨٠,٨
		إناث	٦٢	١٤,٥	١٨٣	٤٢,٨	٤٦	١٠,٧	١٠٤	٢٤,٣	٣٣	٧,٧	
٨	لا بد من وجود توعية سياحية مستمرة في مناطق السياحة الداخلية من أجل أن تتفتح السياحة.	نكور	٤	٤.	١١	١,٢	٢٩	٣,٢	٢٨٣	٣٠,٨	٥٩٣	٦٤,٥	٦,١
		إناث	٠	٠	٨	١,٩	٨	١,٩	١٤٨	٣٤,٤	٢٦٦	٦١,٩	
٩	الخجل من أن يقابلني من أعرفه بعضني أجنب كثيراً من الأنشطة في المواقع السياحية داخل المملكة.	نكور	٢٠٥	٢٢,٣	٣٧٢	٤٠,٥	١٣٤	١٤,٦	١٢٤	١٣,٥	٨٤	٩,١	* ٣٦,٥
		إناث	٧٤	١٧,٢	٢٤١	٥٦,٠	٢٨	٦,٥	٥٦	١٣,٠	٣١	٧,٢	
١٠	مقرنة بالسياحة الخارجية تقيدت السياحة الداخلية ليس لها أول ولا آخر.	نكور	٦٩	٧,٥	١٧٧	١٩,٣	٢٥٠	٢٧,٢	٢٥٨	٢٨,١	١٦٥	١٨,٠	* ١٣٣,٧
		إناث	٤٨	١١,٢	١٩٥	٤٥,٥	٩٥	٢٢,١	٧١	١٦,٦	٢٠	٤,٧	
١١	السياحة الداخلية تقضي لي ولأسرتي مزيداً من الضغوط الاقتصادية.	نكور	١٥٧	١٧,٠	٤٢٢	٤٥,٨	١٦٥	١٧,٩	١٣٥	١٤,٧	٤٢	٤,٦	* ١١٨,٧
		إناث	٩٩	٢٣,١	٢١٠	٤٩,٠	٤٩	١١,٤	٦٢	١٤,٥	٩	٢,١	
١٢	الخدمات السياحية في بلدنا لا تزال ضعيفة ومحدودة.	نكور	٨٩	٥,٢	١٩٨	٢١,٥	٨٦	٩,٣	٣٤٤	٣٧,٤	٢٤٥	٢٦,٦	* ١٥٩,٥
		إناث	٤٨	٢٠,٧	١٦١	٣٧,٤	٢٠	٤,٧	١٢٥	٢٩,١	٣٥	٨,١	
١٣	لا يوجد لدينا أنشطة سياحة بالمفهوم الحقيقي للسياحة.	نكور	١١٠	١٢,٠	٢٣٧	٢٥,٨	٩٠	٩,٨	٢٨٧	٣١,٢	١٩٦	٢١,٣	* ٥٧,٧
		إناث	٨٢	١٩,١	١٧١	٣٩,٨	٣٧	٨,٦	٩٥	٢٢,١	٤٥	١٠,٥	

وفي السياق ذاته نجد أن غالبية أفراد العينة من الذكور والإناث تقع استجاباتهم للعبارة رقم (٢) في الجدول بين الموافقة نوعاً ما، والموافقة الكلية حول عدم متابعة القائمين على الأنشطة السياحية على أسعار الخدمات السياحية، وعدم وجود نوع من التجديد فيه، وهذا التباين في استجابة المبحوثين من الذكور والإناث ذو دلالة إحصائية.

أما العبارة رقم (٣) "على الرغم مما يقال عن تشجيع السياحة الداخلية فإنه لا يزال هناك عقبات اجتماعية تحول دون نجاحها، مع العلم بأن غالبية استجابة المبحوثين تقع في فئة الموافقة نوعاً ما إلى الموافقة الكلية للذكور والإناث، كما تشير إلى ذلك بيانات الجدول إلى أن هذه الفروق ليست ذات دلالة إحصائية.

تشير بيانات الجدول إلى أن غالبية أفراد العينة من الذكور تقع إجاباتهم حول الفقرة رقم (٤) والتي تشير إلى "وجود عقبات تحول دون نجاح السياحة الداخلية" ما بين الموافقة نوعاً ما في أغلبها، إلى الموافقة الكلية، أما الإناث فقد وقعت غالبية الإجابات في الموافقة نوعاً ما إلى عدم الموافقة، وهذا التباين في مستويات الموافقة ذو دلالة إحصائية.

أما بالنسبة لرؤية أفراد العينة للعبارة (٥) في الجدول حول "ضرورة وجود مرونة في إقامة الأنشطة السياحية" فإن التباين بين عينة الذكور والإناث في هذه الفقرة لا يمثل دلالة إحصائية حسب قيمة مربع (كاي)، أما إجابة المبحوثين من الذكور فقد وقعت في غالبيتها في زاوية الموافقة نوعاً ما إلى الموافقة الكلية للذكور والإناث.

وعند سؤال المبحوثين عن (العبارة ٦) في مدى إجادة السعوديين للتعامل مع السائحين (العبارة ٦) فقد كان التباين بين الذكور والإناث في هذه الفقرة ذا دلالة إحصائية حسبما توضحه قيمة مربع (كاي) في الجدول، ووقعت غالبية استجابة الذكور في الموافقة نوعاً ما إلى الموافقة الكلية، أما استجابة الإناث فقد وقعت بين عدم الموافقة و الموافقة نوعاً ما.

كما تشير بيانات الجدول رقم (٢) في الفقرة (٧) إلى "أن تطفل وتدخل الآخرين يجعل البعض لا يرتاح للسياحة الداخلية" حيث تباينت اتجاهات الذكور والإناث حول هذه العبارة تبايناً ذا دلالة إحصائية، كما تشير إلى ذلك قيمة مربع (كاي)، حيث وقعت غالبية إجابات الذكور ما بين الموافقة نوعاً ما إلى عدم الموافقة، بينما كانت إجابات الإناث تقع في غالبيتها بين عدم الموافقة، و الموافقة نوعاً ما.

وفيما يخص الفقرة (٨) لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في استجابة أفراد العينة على "ضرورة وجود توعية سياحية مستمرة في مناطق السياحة الداخلية لنجاح السياحة، حسبما تشير إليه قيمة مربع (كاي)، أما استجابة الذكور والإناث فقد تركزت في غالبيتها بين الموافقة الكلية و الموافقة نوعاً ما.

وفي الفقرة (٩) يمثل "الخلل من مقابلة شخص يعرفه السائح الداخلي أحد الأسباب التي تجعل البعض يتجنب السياحة داخل المملكة، والتباين في هذه النقطة ذو دلالة إحصائية، كما تشير إليه قيمة مربع (كاي)، حيث وقعت غالبية إجابات أفراد العينة من الذكور والإناث في فئة عدم الموافقة، إلا أن نسبة عدم موافقة الإناث كانت أكبر حيث جاءت نسبة الذكور (٤٠,٥ ٪)، بينما كانت نسبة عدم موافقة الإناث (٥٦ ٪)، أما عدم الموافقة نهائياً فقد كانت النسبة الأعلى للذكور (٢٢,٣ ٪)، أما الإناث فقد كانت (١٧,٢ ٪).

لا يوافق غالبية أفراد العينة من الذكور والإناث على العبارة رقم (١١) من الجدول والتي تشير إلى أن "السياحة الداخلية تعني لهم ولأسرهم مزيداً من الضغوط الاجتماعية"، حيث تقع غالبية آراء أفراد العينة من عدم الموافقة إلى عدم الموافقة للمرة على العبارة السابقة، وتباينت اتجاهات الذكور والإناث حول هذه العبارة تبايناً ذا دلالة إحصائية، كما تشير إلى ذلك قيمة مربع (كاي).

يرى غالبية أفراد العينة من الذكور "أن الخدمات السياحية في بلادنا لا تزال ضعيفة ومحدودة" (العبارة رقم ١٢)، وتقع إجاباتهم ما بين الموافقة نوعاً ما إلى الموافقة الكلية على ذلك، فيما تقع استجابات عينة الإناث ما بين عدم الموافقة إلى الموافقة نوعاً ما على العبارة السابقة، وهذا التباين بين استجابة أفراد العينة الذكور والإناث ذو دلالة إحصائية.

تقع إجابات غالبية أفراد العينة من الذكور ما بين الموافقة نوعاً ما، وعدم الموافقة على العبارة رقم (١٣) المتعلقة "بعدم وجود أنشطة سياحية بالمفهوم الحقيقي للسياحة" بينما تقع غالبية آراء الإناث ما بين عدم الموافقة إلى الموافقة نوعاً ما، وهذا التباين في آراء أفراد العينة الذكور والإناث ذو دلالة إحصائية، كما تشير إلى ذلك قيمة مربع (كاي).

تقع إجابات غالبية الذكور ما بين عدم الموافقة إلى الموافقة نوعاً ما على العبارة (١٤) التي تشير إلى أن "السياحة الداخلية تعني خسارة مادية عالية مقابل خدمات سياحية متدنية"، بينما تقع غالبية آراء عينات الإناث ما بين عدم الموافقة إلى عدم الموافقة نهائياً، وهذا التباين في آراء الذكور والإناث ذو دلالة إحصائية، كما تشير إلى ذلك قيمة مربع (كاي).

أما بالنسبة للعبارة رقم (١٥) حول تلبية الأنشطة السياحية في بلادنا لحاجة المرأة" فقد كانت غالبية إجابات الذكور تقع ما بين الموافقة نوعاً ما إلى عدم الموافقة، أما الإناث فقد جاءت ما بين الموافقة نوعاً ما إلى عدم الموافقة، وكانت الفروق بين إجابات الذكور والإناث ذات دلالة إحصائية.

أما عن تلبية الأنشطة السياحية لحاجات كبار السن (العبارة ١٦) فقد جاءت استجابات الذكور والإناث ما بين الموافقة نوعاً ما إلى الموافقة الكلية على أن الأنشطة السياحية في بلادنا لا تقدم ما يلي حاجات كبار السن، وقد كانت هذه الفروق من الذكور والإناث ذات دلالة إحصائية.

وعن "توجيه السياحة الداخلية للأطفال" (العبارة ١٧) فقط، فقد وقعت غالبية إجابات الذكور والإناث موزعة ما بين الموافقة نوعاً ما وعدم الموافقة، وقد كانت الفروق ذات دلالة إحصائية.

وبالنسبة للعبارة رقم (١٨) المتعلقة "بتفضيل السياحة الخارجية بسبب سوء الخدمة في المناطق السياحية الداخلية" فقد جاءت غالبية استجابات الذكور في خانة عدم الموافقة إلى الموافقة نوعاً ما، أما الإناث فقد وقعت في غالبتها في خانة عدم الموافقة إلى عدم الموافقة نهائياً، وهذه الفروق ذات دلالة إحصائية.

وعند سؤال أفراد العينة عن اعتقادهم حول أن "ما لدينا من أماكن سياحية لا يغري بالسياحة" (العبارة ١٩) جاءت أغلب إجابات الذكور في خانة عدم الموافقة إلى الموافقة نوعاً ما، بينما جاءت إجابات الإناث بنسب أعلى من عدم الموافقة إلى عدم الموافقة نهائياً، وهذه الفروق ذات دلالة إحصائية كما توضحها قيمة مربع (كاي).

غالبية الذكور والإناث لا يوافقون على العبارة التي تشير إلى "أن السياحة الداخلية ليست بسياحة، ولا يجب صرف النقود عليها" (العبارة ٢٠)، حيث

تقع غالبية إجابات الذكور بين عدم الموافقة إلى غير متأكد من موقفه. أما الإناث فإن غالبية اتجاهاتهن تقع ما بين عدم الموافقة إلى عدم الموافقة نهائياً، وهذه الفروق ذات دلالة إحصائية كما تشير إليها قيمة مربع (كاي).

وحول العبارة رقم (٢١) التي تشير إلى "لا أظن أن بلدنا يمكن أن يكون بلداً سياحياً بالمعنى الصحيح" أجاب غالبية الذكور والإناث بعدم موافقتهم إلى عدم الموافقة التامة على العبارة السابقة، ويشير التباين في إجابات الباحثين في الفقرة السابقة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية.

وبالنسبة للعبارة الأخيرة في الجدول حول "عدم ثقة الباحثين فيما يقال عن مميزات السياحة الداخلية مقارنة بالسياحة الخارجية" فقد جاءت إجابات الباحثين من الذكور والإناث بعدم الموافقة على العبارة السابقة، ويشير هذا التباين إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية كما تشير إليها قيمة مربع (كاي).

ب- بناء مؤشرات معوقات السياحة الداخلية:

كما اتضح من تحليل بيانات الجدول رقم (٢) فإن هناك اختلافات جوهرية بين الذكور والإناث من حيث اتجاهاتهم نحو ما يعيق السياحة الداخلية. والسؤال الذي يمكن أن نطرحه هنا هو هل تختلف اتجاهات كلا الفريقين من حيث خصائصهم (العمر، الحالة العائلية... إلخ) وتجاربهم السياحية؟ أي هل تباين اتجاهات الجنسين نحو معوقات السياحة الداخلية بتباين خصائصهم الاجتماعية والاقتصادية وتجربتهم السياحية؟ وللإجابة عن هذا التساؤل يمكننا القيام بقياس الفروق لكل عبارة والخصائص المختلفة لكل من الذكور والإناث. ولكن نظراً لاحتمالية وجود تشابه في الإجابات بين أكثر من عبارة كونها تقاس بعداً معيناً من أبعاد معوقات السياحة كالبعد المتعلق بأسعار

الخدمات مثلاً ؛ لجأنا إلى وضع مختلف العبارات في مؤشرات تقيس أبعاداً مختلفة للمعوقات السياحية الداخلية.

ولبناء هذه المؤشرات تم استخدام التحليل العاملي (Factor Analysis) ؛ لتقليص عدد العبارات الاثنتين والعشرين إلى عدد أقل من العوامل بحيث ينضوي تحت كل عامل منها عدد محدد من العبارات (أو المتغيرات) التي تتسم بوجود ترابط فيما بينها.

ويتضح من قيم نتائج التحليل الموضحة في الجدول رقم (٣) أن المتغيرات (أو العبارات) اندرجت تحت أربعة عوامل رئيسة يحتوي كل عامل على عدد من المتغيرات، ووفقاً لنصوص العبارات التي يحتوي عليها العوامل يمكننا إعطاءها المسميات الآتية:

١- العامل الأول: يتعلق بالمعوقات المرتبطة بالخدمات والأنشطة السياحية العامة أو بالبيئة المادية العامة للسياحة الداخلية، ويحتوي على ثماني عبارات.

٢- العامل الثاني: يتعلق بالمعوقات المرتبطة بالخدمات والأنشطة السياحية الموجهة أو بالبيئة المادية للسياحة الخاصة بفئات معينة من السكان، ويحتوي هذا العامل على ثلاث عبارات.

٣- العامل الثالث: يتعلق بالمعوقات المرتبطة بالبيئة الاجتماعية، ويحتوي على ثماني عبارات.

٤- العامل الرابع: يتعلق بالمعوقات المرتبطة بأسعار الخدمات والأنشطة السياحية ويحتوي على ثلاث عبارات.

وعلى الرغم من أن المتغيرات تأخذ قيمة أعلى نسبياً على أحد العوامل دون العوامل الأخرى إلا أن الكثير منها أيضاً يأخذ (يتحمل) على عوامل أخرى بقيم

أقل إلى جانب العامل الرئيس الذي تنضوي تحته. هذا الوضع يشير إلى ما يعرف بالتعقيد العامل الذي يبين أن المتغيرات تصف أكثر من بعد واحد من أبعاد معوقات السياحة الداخلية. فعلى سبيل المثال عبارة "لا يوجد لدينا أنشطة سياحية بالمفهوم الحقيقي للسياحة" نجدها تنضوي تحت العامل الأول (الخدمات والأنشطة السياحية العامة) في الجدول (٣) من حيث قيم معامل الارتباط، إلا أنها في نفس الوقت تنضوي تحت كل من العامل المتعلق بالأنشطة ؛ لذلك قمنا أيضاً بعمل مؤشر خامس (أسميناه بالمؤشر الكلي) يجمع كل المتغيرات المذكورة في العوامل الأربعة أعلاه، وكذلك العامل الاقتصادي حيث يشير هذا التعقيد العامل إلى أن العبارة تصف أبعاداً مختلفة لمعوقات السياحة.

* * *

جدول (۳)

نتائج التحليل العاملي لاتجاهات أفراد العينتين حول بعض معوقات السياحة الداخلية

العبارات				العوامل		
العامل ١	العامل ٢	العامل ٣	العامل ٤			
٠,٧٣				السياحة الداخلية ليست بسياحة ؛ ولذلك لا أقوم بصرف نقودي عليها.		
٠,٦٨			٠,٤٣	سوء الخدمة في المناطق السياحية الداخلية تجعلني أفضل السياحة الخارجية.		
٠,٦٦				السياحة الداخلية تعني خسارة مادية عالية في مقابل خدمات سياحية متدنية		
٠,٦٥				أعتقد أن ما لدينا في المملكة من أماكن سياحية لا يفري بالسياحة		
٠,٦١	٠,٣٧		٠,٣٠	لا يوجد لدينا أنشطة سياحية بالمفهوم الحقيقي للسياحة.		
٠,٦٠	٠,٣٠			لا أظن أن بلدنا يمكن أن تكون بلداً سياحياً بالمعنى الصحيح.		
٠,٦٠	٠,٢٨	٠,٣٠		لا أشق كثيراً فيما يقال عن مميزات السياحة الداخلية مقارنة بالسياحة الخارجية.		
٠,٥٤			٠,٣٤	الخدمات السياحية في بلدنا لا تزال ضعيفة ومحدودة.		
٠,٣٠	٠,٩٥			الأنشطة السياحية في بلدنا لا تقدم ما يلبي حاجة المرأة.		
٠,٢٨	٠,٨٧			الأنشطة السياحية في بلدنا لا تقدم ما يلبي حاجات كبار السن.		
٠,٢٦	٠,٦٥		٠,٣٢	السياحة الداخلية موجهة للأطفال فقط.		
٠,٣٠	٠,٣٢	٠,٦٧		السياحة تتطلب مزيداً من المرونة في إقامة الأنشطة السياحية.		
		٠,٦٦		لا بد من وجود توعية سياحية مستمرة في مناطق السياحة الداخلية من أجل أن تنجح السياحة.		
٠,٣٢		٠,٦٢		مقارنة بالسياحة الخارجية تعقيدات السياحة الداخلية ليس لها أول ولا آخر.		
٠,٣٠		٠,٤٩		السياحة الداخلية تعني لي ولأسرتي مزيداً من الضغوط الاجتماعية.		
	٠,٣١	٠,٤٧		كثير من الأفراد في المناطق السعودية لا يجيدون التعامل مع السائحين.		
٠,٣٢		٠,٤٥		تدخل البعض وتطفلهم يجعلني لا أرتاح للسياحة الداخلية.		
٠,٣٣		٠,٤٤		الخلل من أن يقبلني من أعرفه يجعلني أتجنب كثيراً من الأنشطة في المواقع السياحية داخل المملكة.		
٠,٣٠	٠,٣٤	٠,٤٣		على الرغم مما يقال عن السياحة الداخلية فبقه لا يزال هناك عقبات اجتماعية تحول دون نجاحها.		
				لا يهم المستثمرون في السياحة إلا الربح المبالغ فيه.		
٠,٣٢			٠,٦٢	بالنظر إلى الأنشطة المتكررة وغالبيتها، أعتقد أن الجهات المختصة لا تتابع القادمين على الأنشطة السياحية.		
٠,٣٠	٠,٣٦		٠,٥٤	ينبغي أن تقدم الخدمات السياحية بأسعار تناسب كل المستويات الاقتصادية في بلدنا.		

ولوضع مؤشرات (Indexes) للعوامل فإنه بالإمكان استخدام الدرجات المعيارية (معاملات الارتباط) للعامل التي يمكن استخراجها مباشرة مع نتائج مخرجات الحاسب، وبالإمكان أيضاً اتباع طريقة أخرى لوضع مؤشرات للعوامل، وذلك ببناء مؤشرات مركبة (Composite Indexes) من جمع القيم الأولية للعبارات التي انضوت تحت كل عامل. وتمتاز هذه الطريقة الأخيرة بسهولة ووضوح المقارنة بين متوسطات المؤشرات مقارنة بالطريقة الأولى. ولهذا تم اتباع طريقة المؤشرات المركبة، وهي طريقة متبعة في كثير من الأبحاث السابقة. ولقد تم وضع أربع مؤشرات لعينة الذكور، ومثلها لعينة الإناث.

يحتوي الجدول رقم (٤) على وصف إحصائي لمؤشرات معوقات السياحة التي تم بناؤها. إن اختلاف مقاييس الوصف الإحصائي لكل مؤشر (كالمتوسطات مثلاً) يعود إلى اختلاف عدد العبارات الداخلة في تركيب كل مؤشر. ومن الملاحظ أن المتوسطات المتعلقة بعينة الذكور تزيد نوعاً ما عن مثيلاتها في عينة الإناث. كما أن الانحرافات المعيارية تشير إلى نسبة من التجانس في الآراء أكبر بين أفراد عينة الإناث مقارنة بعينة الذكور.

جدول (٤)

مقاييس الوصف الإحصائي لمؤشرات عوائق السياحة الداخلية للذكور

والإناث

الذكور				الإناث				مؤشرات معوقات السياحة الداخلية
المتوسط	الانحراف المعياري	القيمة	أعلى	المتوسط	الانحراف المعياري	القيمة	أعلى	
١٢,٤	٢,١	٥	١٥	١١,٦	٢,٢	٣	١٥	أسعار الخدمات والأنشطة السياحية
٢٧,٤	٤,٦	١٢	٤٠	٢٥,٠	٤,٣	١٢	٣٩	البيئة الاجتماعية للسياحة
٢٣,٤	٧,٠	٨	٤٠	١٨,٤	٦,٣	٨	٣٩	الخدمات والأنشطة السياحية العامة
٩,٨	٢,٥	٣	١٥	٩,٨	٣,٠	٣	١٥	الخدمات والأنشطة السياحية الموجهة
٧٣,١	١٢,٨	٣٩	١١٠	٦٤,٧	١٢,٥	٣٦	١٠٥	المؤشر الكلي للمعوقات

ج-العلاقة بين خصائص أفراد العينة ونظرتهم لمعوقات السياحة الداخلية: يحتوي هذا الجزء على الإجابة عن تساؤلات الدراسة، وتقيس بيانات الجداول (٥-١٧) العلاقة بين مؤشرات معوقات السياحة الداخلية الأربعة المذكورة، وخصائص أفراد عيني الذكور والإناث كل على حدة. وفيما يلي استعراض للنتائج في ضوء تساؤلات الدراسة.

التساؤل الأول:

هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين عينة الذكور والإناث في رؤيتهم لمعوقات السياحة الداخلية؟

يتبين من جدول رقم (٥) أن هناك فروقاً جوهرية (أو إحصائية) بين الذكور والإناث في ثلاث من متوسطات مؤشرات معوقات السياحة الداخلية، وهي: المؤشر الاقتصادي، والاجتماعي، والخدمات والأنشطة السياحية العامة، كما تدل على ذلك قيمة (ت) ودرجات المعنوية المصاحبة لها. ويتبين من أحجام متوسطات هذه المؤشرات الثلاثة أن الذكور يشعرون أكثر مما تشعر به النساء بأن أسعار الخدمات والأنشطة السياحية، وأن البيئة الاجتماعية للسياحة، وأن الخدمات والأنشطة السياحية العامة عناصر معيقة للسياحة الداخلية. أما الخدمات والأنشطة السياحية الموجهة فلم تتضح هناك فروق بين الذكور والإناث، مما يعكس أن القصور في هذا الجانب يمثل عنصراً واضحاً للجميع.

جدول (٥)

التباين بين مؤشرات معوقات السياحة الداخلية وجنس أفراد العينة

مؤشرات معوقات السياحة الداخلية	الجنس		قيمة (ت)	الدرجة المعنوية
	ذكور	إناث		
أسعار الخدمات والأنشطة السياحية	١٢,٣٩	١١,٦٩	٦,٠٥	٠,٠٠
البيئة الاجتماعية للسياحة	٢٧,٤٣	٢٥,٠٠	٩,٦٩	٠,٠٠
الخدمات والأنشطة السياحية العامة	٢٣,٤٦	١٨,٣٥	١٣,٧٠	٠,٠٠
الخدمات والأنشطة السياحية الموجهة	٩,٨٩	٩,٨٦	٠,١٩	٠,٨٥
المؤشر الكلي للمعوقات	٧٣,١٣	٦٤,٧٨	١١,٧٩	٠,٠٠

التساؤل الثاني:

هل تختلف اتجاهات المبحوثين من الجنسين نحو معوقات السياحة الداخلية باختلاف فئاتهم العمرية؟

يتضح من الجدول رقم (٦) أن آراء واتجاهات الذكور نحو معوقات السياحة الداخلية المتمثلة في المؤشرات الأربعة (أسعار الخدمات، البيئة الاجتماعية، والخدمات والأنشطة السياحية العامة والموجهة) تختلف إحصائياً باختلاف فئات أعمارهم، كما تدل على ذلك قيم (ف) والدرجات المعنوية المصاحبة لها. ويتضح أن الفئة العمرية المحصورة بين (٢٦-٤٥) سنة (فئة متوسطي الأعمار) تختلف جوهرياً في اتجاهاتها نحو معوقات السياحة الداخلية عن الفئتين الآخرين: فئة من تقل أعمارهم عن (٢٦ سنة - فئة صغار السن)، ومن تزيد أعمارهم عن (٤٥ سنة - فئة كبار السن).

أما بالنسبة لعينة الإناث فإنه باستثناء مؤشر معوقات الخدمات والأنشطة السياحية العامة، فلا يتضح أن آراءهن نحو معوقات السياحة الداخلية تختلف اختلافاً جوهرياً باختلاف أعمارهن. أو بمعنى آخر إن فئات أعمار النساء لا تفسر التباين الحاصل في اتجاهاتهن نحو معوقات السياحة الداخلية سواء كانت تلك المعوقات أسعار الخدمات والأنشطة، أو البيئة الاجتماعية، أو الخدمات والأنشطة السياحية الموجهة، كما يتبين ذلك من قيم الجدول رقم (٧). ولا تزال فئة من تنحصر أعمارهن بين (٢٦-٤٥) سنة تحظى بمتوسطات أعلى من الفئتين الآخرين.

نفس النتيجة بالنسبة للجنسين نجدها أيضاً في حالة المؤشر الكلي للمعوقات، كما يتضح من السطر الأخير في الجدولين (٦) و(٧).

جدول (٦)

التباين بين مؤشرات معوقات السياحة الداخلية وفئات الأعمار لعينة الذكور

الدرجة المعنوية	قيمة (ف)	فئات الأعمار			مؤشرات معوقات السياحة الداخلية
		أكثر من ٤٥ سنة	٤٥- ٢٦	أقل من ٢٦ سنة	
٠,٠٠	٦,٣	١٢,٢	١٢,٦٠	١٢,٠	أسعار الخدمات والأنشطة السياحية
٠,٠٥	٢,٨	٢٩,٤	٣٠,٤	٣٠,١	البيئة الاجتماعية للسياحة
٠,٠٠	٦,٣	٢٢,١	٢٣,٩	٢٢,٦	الخدمات والأنشطة السياحية العامة
٠,٠٠	٥,٣	٩,٥	١٠,١	٩,٥	الخدمات والأنشطة السياحية الموجهة
٠,٠٠	٦,٧	٧٣,٣	٧٧,٠	٧٤,٣	المؤشر الكلي للمعوقات

جدول (٧)

التباين بين مؤشرات معوقات السياحة الداخلية وفئات الأعمار لعينة الإناث

الدرجة المعنوية	قيمة (ف)	فئات الأعمار			مؤشرات معوقات السياحة الداخلية
		أكثر من ٤٥ سنة	٤٥- ٢٦	أقل من ٢٦ سنة	
٠,٤٥	٠,٧٨	١١,٧	١١,٨	١١,٥	أسعار الخدمات والأنشطة السياحية
٠,١٩	١,٦٣	٢٦,٨	٢٧,٨	٢٧,٤	البيئة الاجتماعية للسياحة
٠,٠٣١	٣,٥١	١٦,٩	١٨,٩	١٧,٨	الخدمات والأنشطة السياحية العامة
٠,٤٨	٠,٧٣	٩,٨	١٠,٢	٩,٨	الخدمات والأنشطة السياحية الموجهة
٠,٠٩	٢,٣٥	٦٥,٥	٦٨,٧	٦٦,٥	المؤشر الكلي للمعوقات

التساؤل الثالث:

هل تختلف اتجاهات المبحوثين من الجنسين نحو معوقات السياحة الداخلية باختلاف حالتهم الاجتماعية (أو العائلية)؟

يتضح من بيانات الجدول رقم (٨) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتزوجين والعزاب من الرجال من حيث اتجاهاتهم حول معوقات السياحة الداخلية المتمثلة في مؤشرات أسعار الخدمات والأنشطة، ومدى توفر الخدمات

والأنشطة السياحية العامة والموجهة، وكذلك المؤشر الكلي لمعوقات السياحة، كما تشير إلى ذلك قيم (ت). الفرق الإحصائي الوحيد بين المتزوجين والعزاب هو في مؤشر البيئة الاجتماعية للسياحة؛ إذا إن المتزوجين يرون أنها (في المتوسط) أكثر إعاقة للسياحة الداخلية من العزاب.

جدول (٨)

التباين بين مؤشرات معوقات السياحة الداخلية والحالة الاجتماعية لعينة الذكور

مؤشرات معوقات السياحة الداخلية	الحالة العائلية		قيمة (ت)	الدرجة المعنوية
	متزوج	عزب		
أسعار الخدمات والأنشطة السياحية	١٢,٤	١٢,٥	٠,٤٨	٠,٦٣
البيئة الاجتماعية للسياحة	٣٠,٩	٢٩,٣	١,٨١	٠,٠٥
الخدمات والأنشطة السياحية العامة	٢٣,٤	٢٣,٣	٠,٢١	٠,٨٣
الخدمات والأنشطة السياحية الموجهة	٩,٨	٩,٨	٠,١١	٠,٩١
المؤشر الكلي للمعوقات	٧٦,٣	٧٥,٥	٠,٧٥	٠,٤٥

بالنسبة لعينة الإناث فإن بيانات الجدول رقم (٩) تشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتزوجات وغير المتزوجات من حيث اعتبارهن أسعار الخدمات والأنشطة السياحية والبيئة الاجتماعية كمعوقات للسياحة الداخلية. ويتضح من قيم المتوسطات أن المتزوجات يعتبرن البيئة الاجتماعية أكثر إعاقة من غير المتزوجات، بينما غير المتزوجات يعتبرن الأسعار أكثر إعاقة للسياحة الداخلية من المتزوجات. كما تدل بيانات الجدول أيضاً على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتزوجات وغير المتزوجات من أفراد العينة بالنسبة للمعوقات المرتبطة بالخدمات والأنشطة السياحية العامة أو الموجهة أو بالنسبة للمؤشر الكلي لمعوقات السياحة..

جدول (٩)

التباين بين مؤشرات معوقات السياحة الداخلية والحالة العائلية لعينة الإناث

مؤشرات معوقات السياحة الداخلية	الحالة الاجتماعية		قيمة (ت)	الدرجة المعطوية
	متزوجة	عزباء		
أسعار الخدمات والأنشطة السياحية	١١,٣	١١,٩	٢,٣٤	٠,٠٢
البيئة الاجتماعية للسياحة	٢٨,٩	٢٧,٣	١,٨٧	٠,٠٥
الخدمات والأنشطة السياحية العامة	١٨,٩	١٨,١	١,٢٢	٠,٢٢
الخدمات والأنشطة السياحية الموجهة	١٠,١	١٠,٠	٠,٤٢	٠,٦٧
المؤشر الكلي للمعوقات	٦٨,٧	٦٧,٢	١,١٠	٠,٢٧

التساؤل الرابع:

هل تختلف اتجاهات المبحوثين من الجنسين نحو معوقات السياحة الداخلية باختلاف مستوياتهم التعليمية؟

يتضح من خلال معطيات الجدول رقم (١٠) أن آراء واتجاهات الذكور نحو معوقات السياحة الداخلية المتمثلة في المؤشرات الأربعة المحددة في الجدول تختلف إحصائياً باختلاف مستوياتهم التعليمية كما تدل على ذلك قيم "ف" والدرجات المعنوية المصاحبة لها. وتبين أن متوسط من مستواهم التعليمي "الجامعي فما فوق" تختلف جوهرياً في اتجاهاتها نحو معوقات السياحة الداخلية عن المرحلتين التعليميتين السابقتين.

جدول (١٠)

التباين بين مؤشرات معوقات السياحة الداخلية ومستويات التعليم لعينة الذكور

مؤشرات معوقات السياحة الداخلية	مستويات التعليم			قيمة (ف)	الدرجة المعطوية
	أقل من الثانوية	ثانوية لوما يعادلها	جامعي فما فوق		
أسعار الخدمات والأنشطة السياحية	١٢,٢	١٢,٣	١٢,٨	٦,٩	٠,٠٠
البيئة الاجتماعية للسياحة	٢٩,٣	٣٠,٣	٣٠,٧	٥,٨	٠,٠٠
الخدمات والأنشطة السياحية العامة	٢٢,٢	٢٣,٣	٢٤,٣	٥,٨	٠,٠٠
الخدمات والأنشطة السياحية الموجهة	٩,٨	٩,٨	٩,٩	٠,١٨	٠,٨٣
المؤشر الكلي للمعوقات	٧٣,٥	٧٥,٦	٧٧,٧	٦,٧	٠,٠٠

أما بالنسبة لعينة الإناث فبيانات الجدول رقم (١١) تشير إلى وجود اختلاف إحصائي بين اتجاهات المبحوثات نحو معوقات السياحة والمتمثلة في المؤشرات الأربعة باختلاف مستوياتهن التعليمية كما هو واضح من قيم (ف) والدرجات المعنوية المصاحبة لها. حيث اتضح أن متوسط من مستواه التعليم الجامعي فما فوق يختلف إحصائياً في اتجاهاته نحو معوقات السياحة الداخلية عن المرحلتين التعليميتين السابقتين.

جدول (١١)

التباين بين مؤشرات معوقات السياحة الداخلية ومستويات التعليم لعينة الإناث

الدرجة المعنوية	قيمة (ف)	متوسطات مستويات التعليم			مؤشرات معوقات السياحة الداخلية
		جميعها فوق	ثالثية أو ما يعادلها	أقل من الثاقية	
٠,٠٣	٣,٥	١٢,٢	١١,٧	١١,٥	أسعار الخدمات والأنشطة السياحية
٠,٠٠	٧,٥	٢٨,٨	٢٧,٨	٢٦,٨	البيئة الاجتماعية للسياحة
٠,٠٠	١١,٣	٢٠,٥	١٨,٤	١٦,٩	الخدمات والأنشطة السياحية العامة
٠,٠٥	٢,٩	١٠,٦	٩,٩	٩,٨	الخدمات والأنشطة السياحية الموجهة
٠,٠٠	١١,٠	٧٢,١	٦٧,٨	٦٥,٠	المؤشر الكلي للمعوقات

التساؤل الخامس:

هل تختلف اتجاهات المبحوثين من الجنسين نحو معوقات السياحة الداخلية باختلاف المهن التي يزاولونها؟

تبين من خلال بيانات الجدول رقم (١٢) أنه باستثناء مؤشر الخدمات والأنشطة السياحية الموجهة يوجد اختلاف إحصائي في آراء واتجاهات الذكور نحو معوقات السياحة الداخلية المتمثلة في المؤشرات الثلاثة المتبقية باختلاف المهن التي يزاولونها، كما دلت على ذلك قيم (ف) والدرجات المعنوية المصاحبة لها. وتبين أن متوسط مهنة "الموظف" تختلف إحصائياً في اتجاهاتها نحو معوقات السياحة الداخلية عن متوسط المهنتين الأخيرتين.

جدول (١٢)

التباين بين مؤشرات معوقات السياحة الداخلية ونوعية مهن عينة الذكور

مؤشرات معوقات السياحة الداخلية	نوع المهنة			القيمة (ت)	الدرجة المعنوية
	موظفة	أخصائي مرافقة	كفري (معلمة)		
أسعار الخدمات والأنشطة السياحية	١٢,٦	١٢,٥	١٢,٠	٥,٢	٠,٠٠
البيئة الاجتماعية للسياحة	٣٠,٦	٢٩,٣	٢٩,٦	٥,٠	٠,٠٠
الخدمات والأنشطة السياحية العامة	٢٣,٩	٢٣,١	٢١,٨	٦,٥	٠,٠٠
الخدمات والأنشطة السياحية الموجهة	٩,٩	٩,٨	٩,٦	٠,٩	٠,٩٧
المؤشر الكلي للمعوقات	٧٦,٩	٧٤,٦	٧٣,١	٦,٤	٠,٠٠

أما بالنسبة لعينة الإناث فقد اتضح من خلال بيانات الجدول رقم (١٣) وجود اختلاف إحصائي بين آراء و اتجاهات المبحوثات نحو معوقات السياحة والمتمثلة في المؤشرات الأربعة باختلاف مهنهن كما هو واضح من قيم (ت) والدرجات المعنوية المصاحبة لها. حيث تبين أن متوسط مهنة "موظفة" يختلف إحصائياً في آرائها واتجاهاتها نحو معوقات السياحة الداخلية عن آراء واتجاهات مهنة ربة بيت.

جدول (١٣)

التباين بين مؤشرات معوقات السياحة الداخلية ونوعية مهن عينة الإناث

مؤشرات معوقات السياحة الداخلية	نوع المهنة		القيمة (ت)	الدرجة المعنوية
	موظفة	ربة منزل أو طلبة		
أسعار الخدمات والأنشطة السياحية	١٢,١	١١,٦	١,٦٩	٠,٠٩
البيئة الاجتماعية للسياحة	٢٨,٦	٢٧,٣	٢,٥٧	٠,٠١
الخدمات والأنشطة السياحية العامة	٢٠,٢	١٧,٧	٣,٤٥	٠,٠٠
الخدمات والأنشطة السياحية الموجهة	١٠,٤	٩,٩	١,٤٧	٠,١٤
المؤشر الكلي للمعوقات	٧١,٤	٦٦,٤	٣,٤٢	٠,٠٠

التساؤل السادس:

هل تختلف اتجاهات المبحوثين من الجنسين نحو معوقات السياحة الداخلية باختلاف مستويات دخولهم؟

يحتوى الجدول رقم (١٤) على وصف إحصائي لمؤشرات معوقات السياحة الداخلية ومستويات الدخل لعينة من الذكور فقد تبين أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية من حيث اتجاهاتهم حول معوقات السياحة الداخلية المتمثلة في مؤشرات أسعار الخدمات والأنشطة، والبيئة الاجتماعية للسياحة، ومدى توفر الخدمات والأنشطة السياحية العامة، والخدمات والأنشطة السياحية الموجهة وكذلك المؤشر الكلي لمعوقات السياحة مهما اختلفت دخولهم كما تشير إلى ذلك قيم (ف) والدرجات المعنوية المصاحبة لها.

جدول (١٤)

التيابن بين مؤشرات معوقات السياحة الداخلية ومستويات الدخل لعينة الذكور

الدرجة المعطية	قيمة (ف)	مستويات الدخل بالريال			مؤشرات معوقات السياحة الداخلية
		أقل من ١٠٠٠ ريال	١٠٠٠ - ٨٩٩٩	أكثر من ٩٠٠٠	
٠,٨٠	٠,٢٢	١٢,٥	١٢,٥	١٢,٤	أسعار الخدمات والأنشطة السياحية
٠,٢٢	١,٤٨	٣٠,٦	٣٠,١	٢٨,٩	البيئة الاجتماعية للسياحة
٠,٣٠	١,٢٠	٢٣,٩	٢٣,٠	٢٣,٢	الخدمات والأنشطة السياحية العامة
٠,٤٣	٠,٨٤	٩,٧	٩,٨	١٠,٠	الخدمات والأنشطة السياحية الموجهة
٠,٣٧	٠,٩٩	٧٦,٧	٧٥,٢	٧٥,٦	المؤشر الكلي للمعوقات

أما بالنسبة للإناث فبيّن الجدول رقم (١٥) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية مهما اختلفت دخولهن في اتجاهاتهن وآرائهن نحو معوقات السياحة الداخلية والمتمثلة في المؤشرات الأربعة المحددة في الجدول وكذلك المؤشر الكلي لمعوقات السياحة، كما يدل على ذلك قيم (ف) والدرجات المعنوية المصاحبة لها.

جدول (١٥)

التباين بين مؤشرات معوقات السياحة الداخلية ومستويات الدخل لعينة الإناث

مؤشرات معوقات السياحة الداخلية	مستويات الدخل بالريال			قيمة (ف)	الدرجة المعنوية
	أقل من ٦٠٠٠	٨٩٩٩-٦٠٠٠	أكثر ٩٠٠٠		
أسعار الخدمات والأنشطة السياحية	١١,٦	١١,٧	١٢,٠	٠,٩٣	٠,٣٨
البيئة الاجتماعية للسياحة	٢٧,٤	٢٧,٧	٢٧,٦	٠,١٧	٠,٨٤
الخدمات والأنشطة السياحية العامة	١٧,٥	١٨,٧	١٩,١	٢,٣٧	٠,٠٩
الخدمات والأنشطة السياحية الموجهة	١٠,٠	١٠,١	١٠,١	٠,٠٩	٠,٩١
المؤشر الكلي للمعوقات	٦٦,٥	٦٨,١	٦٨,٨	١,٠٧	٠,٣٤

التساؤل السابع:

هل تختلف اتجاهات المبحوثين من الجنسين نحو معوقات السياحة الداخلية باختلاف تجربة السفر التي قاموا بها؟

يتضح من خلال بيانات الجدول رقم (١٦) أن آراء واتجاهات الذكور نحو معوقات السياحة الداخلية المتمثلة في المؤشرات الأربعة المحددة في الجدول تختلف إحصائياً باختلاف تجربة السفر السياحي التي قاموا بها كما تدل على ذلك قيم (ت) والدرجات المعنوية المصاحبة لها. حيث تبين أن متوسط من قاموا بتجربة السفر بنوعيه (الداخلي والخارجي) تختلف إحصائياً في اتجاهاتهم وآرائهم نحو معوقات السياحة الداخلية عن آراء واتجاهات الذين قاموا فقط بالسفر السياحي الداخلي، وإن كان هذا الاختلاف أقل في المؤشرين، مثل أسعار الخدمات والأنشطة السياحية، الخدمات والأنشطة السياحية الموجهة.

جدول (١٦)

التباين بين مؤشرات معوقات السياحة الداخلية وتجربة السفر السياحي لعينة الذكور

الدرجة المعنوية	قيمة (ت)	جهة السفر		مؤشرات معوقات السياحة الداخلية
		سفر داخلي فقط	سفر داخلي وخارجي	
٠,١٥	١,٤١	١٢,٤	١٢,٥	أسعار الخدمات والأنشطة السياحية
٠,٠٠	٣,٩٧	٢٩,٤	٣٠,٨	البيئة الاجتماعية للسياحة
٠,٠٠	٥,٣	٢١,٩	٢٤,٤	الخدمات والأنشطة السياحية العامة
٠,٠٨	١,٦٥	٩,٧	٩,٩	الخدمات والأنشطة السياحية الموجهة
٠,٠٠	٤,٦٣	١٢,٨	١٣,٦	المؤشر الكلي للمعوقات

أما بالنسبة لعينة الإناث فبيانات الجدول رقم (١٧) يشير إلى وجود اختلاف إحصائي بين اتجاهات المبحوثات نحو معوقات السياحة والمتمثلة في المؤشرات الأربعة باختلاف تجربة السفر السياحي التي قمن بها، كما هو واضح من قيم (ت) والدرجات المعنوية المصاحبة لها. حيث اتضح أن متوسط من قمن بتجربة السفر بنوعيه الداخلي والخارجي تختلف إحصائياً في اتجاهاتهم وآرائهم نحو معوقات السياحة الداخلية عن آراء واتجاهات اللاتي قمن فقط بالسفر السياحي الداخلي وإن كان هذا الاختلاف ظهر بدرجة أقل في مؤشر الخدمات والأنشطة السياحية الموجهة.

جدول (١٧)

التباين بين مؤشرات معوقات السياحة الداخلية وتجربة السفر السياحي لعينة الإناث

الدرجة المعنوية	قيمة (ت)	جهة السفر		مؤشرات معوقات السياحة الداخلية
		سفر داخلي فقط	سفر داخلي وخارجي	
٠,٠٠	٢,٩٧	١١,٥	١٢,٢	أسعار الخدمات والأنشطة السياحية
٠,٠٠	٣,٠٤	٢٧,١	٢٨,٦	البيئة الاجتماعية للسياحة
٠,٠٠	٤,٣٤	١٧,٤	٢٠,٤	الخدمات والأنشطة السياحية العامة
٠,١٧	١,٣٤	٩,٩	١٠,٣	الخدمات والأنشطة السياحية الموجهة
٠,٠٠	٤,٠٩	٦٥,٩	٧١,٧	المؤشر الكلي للمعوقات

مناقشة النتائج:

اتضح من نتائج الدراسة الميدانية لعينة الذكور والإناث نحو معوقات السياحة الداخلية أن هناك فروقاً في آراء أفراد العينة للذكور والإناث حول معوقات السياحة الداخلية، وسوف يرد شرح لإبراز هذه الفروق في هذا الجزء من مناقشة النتائج.

ويتضح كذلك أن هناك اتفاقاً بين الذكور والإناث على وجود عوائق اجتماعية تحول دون نجاح السياحة الداخلية، وأنه لا بد من توفير المزيد من المرونة في إقامة الأنشطة السياحية، وضرورة وجود توعية سياحية مستمرة في مناطق السياحة الداخلية من أجل أن تنجح السياحة الداخلية، ويلاحظ التداخل بين هذه المعوقات الثلاثة، فالعوائق الاجتماعية تحتاج إلى المزيد من المرونة والتوعية في تقبل الناس لبعض التغييرات في المجتمع مثل تقبل السياحة الداخلية.

عكست نتائج الدراسة أن الذكور يشعرون أكثر من الإناث بأن أسعار الخدمات والأنشطة السياحية معيقة لنمو السياحة الداخلية، وبطبيعة الحال فإن الذكور هم المسؤولون عن الإنفاق على العائلة مما يجعل شعورهم بهذا المؤشر أكثر وضوحاً من النساء.

كما اتضح أن الذكور يشعرون أن البيئة الاجتماعية والخدمات والأنشطة السياحية العامة عناصر معيقة للسياحة الداخلية أكثر مما تشعر به الإناث، ولعل ذلك يرجع إلى أن الذكور لديهم خبرات أكثر في تجارب السياحة من الإناث تمكنهم من عقد المقارنات، ويتضح كذلك أن فئة الذكور الذين تقع أعمارهم ما بين (٢٦-٤٥) عاماً تشعر بمعوقات السياحة الداخلية في مؤشراتها الأربعة (أسعار الخدمات، البيئة الاجتماعية، والخدمات والأنشطة السياحية العامة)

والموجهة) أكثر من الفئات العمرية الأخرى، ولعل ذلك يعود إلى أن هذه الفئة العمرية تمثل الفئة المنتجة في المجتمع، والتي تتحمل أعباء ومسؤوليات الأسرة، وبالتالي تدرك المشكلات والمعوقات أكثر مما تشعر به الفئات العمرية الأخرى، كما تشير نتائج الدراسة إلى أن الحالة الاجتماعية بالنسبة للذكور غير مؤثرة في اتجاهاتهم نحو معوقات السياحة الداخلية عدا مؤشر البيئة الاجتماعية للسياحة بالنسبة للمتزوجين. أما الإناث فقد اعتبرن البيئة الاجتماعية معوقة للسياحة بالنسبة للمتزوجات، والأسعار معوق للسياحة بالنسبة لغير المتزوجات.

الحقيقة أن التعليم الجامعي يمثل عنصراً مهماً في آراء عينة الذكور والإناث نحو معوقات السياحة الداخلية، فقد اتضح أن الذين أتموا تعليمهم الجامعي أو ما فوق يشعرون بالمعوقات الاقتصادية والاجتماعية، والخدمات والأنشطة السياحية العامة بالنسبة للجنسين أكثر من غيرهم، ولعل ذلك راجع إلى وعيهم بما لدى الآخرين أكثر من الأقل تعليماً.

ولعل ما يثير الانتباه في الدراسة الحالية أن الدخل لم يكن مؤثراً في اتجاه الأفراد نحو السياحة من الجنسين، ولعل ذلك يعزى إلى أن الأفراد ينظرون للسياحة كعنصر أساسي في حياتهم كما تشير إليه النظريات التي تم استعراضها من حيث إن السياحة أصبحت ضرورة للجميع، وبالتالي فالجميع يعتبرها من متطلبات الحياة العصرية بصرف النظر عن مستوى دخله أو الوضع الاقتصادي الذي يعيشه.

أما عن تجارب السفر فقد كانت ذات تأثير في آراء العينة الذكور والإناث نحو ما يعتبرونه معوقات للسياحة، حيث إن خبرات الأفراد في السفر والسياحة

الخارجية تمكنهم من عقد المقارنات، وبالتالي الحكم على مستوى السياحة الداخلية ومدى رضاهم عنها.

أما عن ارتفاع نسبة خبرات السفر الداخلي بالنسبة للإناث فقد يعود إلى تفضيل الأسرة السعودية للسفر الداخلي أكثر من الخارجي، نظراً لخصوصية المجتمع، السعودي وطبيعة هذا المجتمع مما يجعل الأسرة السعودية تفضل السفر الداخلي على السفر الخارجي حتى ولو كان هناك معوقات أمام السياحة الداخلية.

* * *

توصيات الدراسة:

- في ضوء النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة فإن الباحث يوصي بما يلي:
- ١- تحويل السياحة الداخلية في المملكة إلى صناعة تسهم في الاقتصاد الوطني، وتحول دون تسرب الأموال خارج الوطن من خلال التخطيط السياحي الشامل الذي يبدأ بحصر الموارد السياحية، وعوامل الجذب السياحي، وتحديد أهداف الخطة السياحية بحيث لا تتداخل مع أهداف القطاعات الأخرى، ثم توضع الخطة موضع التنفيذ الذي يتطلب المتابعة من قبل الهيئة العليا للسياحة في المملكة.
 - ٢- نشر الوعي السياحي لتثقيف المواطن بأهمية السياحة الداخلية في المملكة، وذلك من خلال وسائل الإعلام والكتيبات والنشرات، وتنظيم المعارض والمهرجانات التي تخدم الدعاية لجميع الأهداف والأغراض السياحية.
 - ٣- دعم وتنشيط الأنشطة السياحية الخاصة بالعائلات والتي تحقق لها الخصوصية أثناء ممارسة السياحة في المناطق السياحية داخل المملكة من خلال ملاءمتها للعادات والتقاليد الاجتماعية وفق التعاليم الإسلامية التي تنطوي على احترام خصوصية الآخرين.
 - ٤- توفير الخدمات السياحية غير المتوفرة وتطوير المتوفر منها في المناطق السياحية داخل المملكة، وذلك بالشكل الذي يحقق الطموحات، ويشبع الاحتياجات والرغبات لدى جميع أفراد المجتمع على اختلاف أعمارهم وطبقاتهم ومستوياتهم المادية والتعليمية والاجتماعية.
 - ٥- العمل على تسخير كافة الخدمات السياحية بما يتناسب ومستوى دخل الأسرة مع فرض الرقابة الداخلية من قبل الهيئة العليا للسياحة في المملكة بوصفها الجهة المسؤولة الأولى عن السياحة.

- ٦- حث وتشجيع المكاتب السياحية على تشجيع وتسويق السياحة الداخلية بالملكة وذلك بتنظيم الحملات الترويجية للمناطق السياحية، والقيام بتنظيم الرحلات الجماعية إلى مناطق الجذب السياحي.
- ٧- تشجيع البحوث والدراسات العلمية المتعمقة حول السياحة، وذلك من خلال إيجاد ميزانية خاصة لهذه الدراسات ودعمها.

* * *

فهرس المراجع :

أولاً: المراجع العربية:

- ١- التركستاني، حبيب، (١٤٠٦هـ)، اتجاهات سلوك السائح السعودي نحو السياحة الداخلية، مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية، عدد ٩١، ص ٢٥٧-٢٨٧.
- ٢- الثقفي، سلطان، (١٤١٩هـ)، السياحة في المملكة العربية السعودية - السلوك والأنماط، أركان الخليج، الرياض.
- ٣- حامد، زهران، (١٩٩٧م)، علم النفس الاجتماعي، عالم الكتب، القاهرة.
- ٤- سويف، مصطفى، (١٩٧٨م)، مقدمة لعلم النفس الاجتماعي، مكتبة الأنجلو المصرية، ط ٥، القاهرة.
- ٥- العقيل، صالح عبدالله، (١٤٢٣هـ)، العوامل المؤثرة في اتجاه المواطن نحو السياحة الداخلية في المملكة العربية السعودية، دراسة استطلاعية على عينة من أرباب الأسر وطلاب الجامعة بمدينة الرياض، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض.
- ٦- الغامدي، عبدالرحيم، (١٩٩٦م)، دوافع واتجاهات السائح نحو خدمات السياحة الداخلية في المملكة العربية السعودية، دار الشروق، الرياض.
- ٧- النبوي، نسرین إسماعيل، (١٤١٢هـ)، تقدير دالة الطلب على السياحة الداخلية في مدينة جدة، رسالة ماجستير، قسم الاقتصاد، جامعة الملك سعود، الرياض.
- ٨- الفارس، محمد عبدالعزيز (١٩٨٨م) مصايف المملكة العربية السعودية، دراسة في الجغرافية السياحية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض.
- ٩- الصالح، سميرة سعد محمد (١٤١٤هـ) معقوقات الجذب السياحي في مدينة جدة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك عبدالعزيز، جدة.
- ١٠- القحطاني، محمد مفرح وإبراهيم عبدالنعم (١٤١٨هـ): عدد السياح والمصطافين في منطقة عسير خلال صيف ١٤١٧هـ، الغرفة التجارية بأبها.

- ١١- القحطاني، محمد مفرح وإبراهيم عبدالمنعم (١٤١٩هـ): عدد السياح والمصطافين في منطقة عسير خلال صيف ١٤١٨هـ، الغرفة التجارية بأبها.
- ١٢- القحطاني، محمد مفرح وإبراهيم عبدالمنعم (١٤٢٠هـ): عدد السياح والمصطافين في منطقة عسير خلال صيف ١٤١٩هـ، الغرفة التجارية بأبها.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- ١- Burkart, A. and Medlik, S., (١٩٨٧), **Tourism Past, Present and Future**, Heinemann, London.
- ٢- Cohen, E., (١٩٧٩), **Rethinking the Sociology of Tourism**, Annals of Tourism Research, Vol. ٦ (١), pp. ١٨-٣٥.
- ٣- Colton, S. W., (١٩٨٧), **Leisure Recreation Tourism - A Sympolic Interactionism View**, Annals of Tourism Research, Vol. ١٤ (٣), pp. ٣٤٥-٣٦٠.
- ٤- Fish, M., (١٩٨٢), **Taxing International Tourism in West Africa**, Annals of Tourism Research, Vol. ٩ (١), pp. ٩١-١٠٣.
- ٥- Mathieson, A., and Wall, G., (١٩٨٧), **Tourism - Economic Physical and Social Impacts**, Longman, New York.
- ٦- Robinson, H., (١٩٧٦), **A Geography of Tourism**, Macdonald and Evans, London.

* * *